

# 大和商工会議所環境アクションプラン（概要）

～様々な経営課題を解決する際に「SDGs」視点も加味してみよう！～

## 1. 背景・目的

### (1)世界の潮流と我が国の政策目標

- ① 地球温暖化対策「**2℃目標**」（パリ協定：2019.11.4発効）
- ② 温室効果ガス「**2050年までに排出実質ゼロ**」（政府方針表明：2020.10.26）
- ③ エネルギー消費 ▲13%・電力使用 ▲17%の「**徹底した省エネ対策**」（エネルギーミックス：2015.7.16策定）
- ④ エネルギー消費効率「**35%改善**」（エネルギーミックス：2015.7.16策定）



- A) 地球温暖化対策計画に「**中小企業の排出削減対策の推進**」が位置付けられ、中小企業も**温室効果ガス排出削減への貢献が求められた**
- B) 経産省の長期地球温暖化対策プラットフォーム報告書の中で「**全ての主体（企業・個人・国・自治体）**」がパリ協定を踏まえた**世界全体での温室効果ガス削減**へ貢献していくこととされた
- C) 今後、中小企業も取引先などから「**環境配慮**」が求められる事態も予想される（外部環境の変化）
- D) 日本経済再生に欠かせない中小企業の「**生産性革命**」実現

### (2) とも言え、中小企業・小規模事業者の現場では・・・経営者にとっての関心事

- ① **経営課題の解決**（業務改善、利益確保、人材育成、ビジネス拡大、・・・）
- ② 経営改善、業務効率化、**生産性向上**、**IT・クラウド導入**、取引条件の適正化、設備・施設の老朽化
- ③ **人手不足**（技能労働者の高齢化）、労働時間の削減、**働き方改革**、**事業承継** 等々

#### これまでの環境アクションプランのアプローチ

- 省エネの取組を前面に押し出して推奨
- 「コスト削減」や「儲け」への期待値を解説
- 省エネ自体を目的化
- 設備更新の提案が中心

#### しかし、現実には・・・

- 直近の経営課題としての優先順位が低い
- 投資を伴わない取組であっても実施率は低い
- 温暖化対策の取組内容や方法、メリットが分からない
- 取組実施にあたっては費用面の課題もある

ミスマッチ

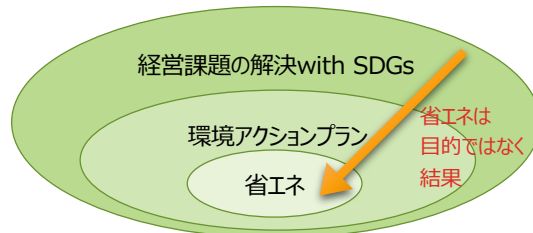
### (3) SDGs視点の「中小企業の経営課題解決」を通じ、結果として省エネも実現

#### これからの中小企業・小規模事業者へのアプローチ策

#### 経営課題の解決 with SDGs

- ① 「経営課題の解決 with SDGs」とは、従来のような「省エネありき」で進めるのではなく、前向きな経営改善や生産性向上、働きやすい職場づくりなどへの取り組みをSDGsの視点で進めていくことで、結果として環境に良い効果生まれ、その施策の一部として「省エネ」も達成していく新たなスキーム
- ② 大和商工会議所では、従来の経営指導・支援に加えてSDGsの啓蒙や導入支援の取り組みを促していく

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



## 2. SDGs(エスディーゼーズ)とは

- Sustainable Development Goals「持続可能な開発目標」の略称であり、全ての国連加盟国が達成を目指す**2030年までの国際目標**である
- **環境問題・社会問題・経済問題の同時解決**を目指す、17のゴールと169のターゲットで構成されている
- 自然からの恵によって、私たちの社会や経済が支えられており、土台となる**環境が破壊されれば**、社会は不安定になり、**経済成長どころではなくなる**ことが根底にある考え方
- 国連目標だからと言って、**中小企業・小規模事業者も無関係ではない**
- 政府が定める「SDGsアクションプラン2020」の1ページ目に「**中小企業のSDGs取組強化**のための関係団体・地域、金融機関との連携を強化」を掲げている

### (1) これからの企業に必要なこととは？

- 企業はこれまで、消費者のため、地域社会のため、そして生活環境の維持のために求められる製品やサービスを提供してきた
- しかし、昨今の少子高齢化による人材不足や消費者ニーズの多様化等により、売上拡大や事業承継において課題を抱える企業が増加している
- 企業が将来に渡って継続し、より発展していくために必要となるのが、**長期的な視点で社会のニーズを重視した経営と事業展開**である
- そこで、今、ビジネスの世界では、**経営リスクを回避**するとともに、**新たなビジネスチャンスを獲得し**、企業の持続可能性を追求するためのツールとして、**SDGsの活用が注目**を集めている

### (2) 市場はSDGsの時代に

- 日本経済団体連合会や各業界団体、金融機関、さらに、個別の企業においてもSDGsへの取組みが広がってきている
- 特に、世界を相手に事業を展開する大企業では、バリューチェーン全体の見直しを始めており、関連するサプライヤーにも影響が広がると考えられる
- SDGsの普及とともに、市場のニーズ、そして取引先からのニーズとして、**SDGsへの対応が求められる**ようになってきている
- 更には、**融資や投資の条件**として、収益だけでなく、SDGsに取り組んでいるかどうかも見られる時代になってきている

### (3) SDGsによって広がる可能性

- ① **企業イメージの向上**  
SDGsへの取組をアピールすることで、多くの人に「この会社は信用できる」、「この会社で働いてみたい」という印象を与え、より、多様性に富んだ人財確保にもつながるなど、**企業にとってプラスの効果**をもたらす。
- ② **社会課題への対応**  
SDGsには社会が抱えている様々な課題が網羅されており、今の社会が必要としていることが詰まっている。これらの課題への対応は、**経営リスクの回避**とともに、**社会への貢献や地域での信頼獲得**にもつながる。
- ③ **生存戦略になる**  
取引先のニーズの変化や新興国の台頭など、企業の生存競争はますます激しくなっている。今後は、SDGsへの対応がビジネスにおける**取引条件になる**可能性もあり、持続可能な経営を行う戦略として活用できる。
- ④ **新たな事業機会の創出**  
取組をきっかけに、地域との連携、**新しい取引先や事業パートナーの獲得**、**新たな事業の創出**など、今までになかったイノベーションやパートナーシップを生むことにつながる。

### 3. 大和商工会議所の「経営課題の解決 with SDGs」の支援施策

#### 1. 経営改善・生産性向上等の経営課題の解決を切り口にアプローチ

- (1) SDGsを知るをサポート
  - (a) 経営者向けセミナーの開催
  - (b) 従業員向け社内勉強会等に講師を派遣
  - (c) SDGsを楽しく学ぶSDGs カードゲームの実施

- (2) 経営課題の把握・見える化

⇒大和商工会議所との密なコミュニケーションを通じて、課題・ニーズを整理

- (3) 「経営課題の解決 with SDGs」の取り組みを提案

経営者による  
“気づき”“共感”

#### 2. 行政や外部専門機関の支援制度を積極活用

- (1) 「企業経営の未病CHECK シート」「SDGsチェックシート」等を通じて、現状および取組の方向性を把握  
⇒第三者（外部専門家）による「課題発見型アプローチ」で新たな課題を発見・深掘り
- (2) 補助金や助成金を積極活用

経営指導員や  
専門家が  
二人三脚で  
継続支援

#### 3. 「経営課題の解決 with SDGs」の取り組みを実施

- (1) 「課題解決型アプローチ」でSDGs 視点を加味した取組内容・手順を決定
- (2) 取り組み計画を社内全体で共有
- (3) 計画の実行⇒「スモールスタート」&「長続き」でまずは出来ることから始める
- (4) 実施状況を確認し、次の計画に反映する

結果

#### 経営課題の解決

- ① 新ビジネス展開 with SDGs（社会課題の解決への取り組みから新たなビジネスチャンス拡大）
- ② 業務の改善 with SDGs（誰もが働きやすい環境構築、生産効率の改善）
- ③ 人財の育成・獲得 with SDGs（自社の価値認識と企業イメージの向上で将来を担う人材を育成・獲得）
- ④ リスクの回避 with SDGs（環境や社会へのマイナス影響への対策でバリューチェーンからの排除を回避）

### 4. チェックシート活用のススメ！～はじめの一步～

- (1) 企業経営の未病CHECKシート  
＜神奈川県が作成した簡単な質問に答えて、経営リスクを見える化するためのWebアプリ＞  
URL : <https://www.me-byokeiei.jp/>

- (2) SDGsチェックシート  
＜SDGsに詳しい中小企業診断士が作成した自社の取り組みとSDGsを関連付けるチェックシート＞

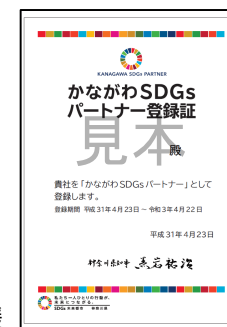
- (a) 事業活動における取り組みと地域貢献の取り組みに分けて自社活動を整理できる
- (b) 事業活動は環境・社会・経済への取り組みに分けることで、自社の取り組みが見える化できる
- (c) 更に強化したい取り組みと今後実施したい取り組みを整理できる

### 5. SDGs支援制度の紹介

- (1) かながわSDGsパートナー  
URL : <https://www.pref.kanagawa.jp/docs/bs5/sdgs/partner.html>

- (a) 概要  
SDGsの推進に資する事業を展開している企業・団体等の取組事例を県が募集・登録・発信するとともに、県と企業・団体等が連携してSDGsの普及促進活動に取り組むもの（第4期までに333者が登録 大和市内は10者）

- (b) 登録企業のメリット
  - ・県の中小企業制度融資による支援
  - ・登録企業等の取組事例を県が対外的に広報・アピール（県HPへの掲載、バッジ・ステッカー・ロゴ使用可）
  - ・「かながわSDGsパートナーミーティング」等を通じたパートナー間のマッチング支援
  - ・中小企業者のSDGs経営に向けた取組支援
  - ・「かながわSDGsアクションファンド」を通じた資金調達及びSDGsインパクトの「見える化」



# 大和商工会議所環境アクションプラン

～様々な経営課題を解決する際に「SDGs」視点も加味してみよう！～

## 【ポイント】

- ★「経営課題の解決」に「SDGs 視点」を加味するアプローチで推進！
- ★取り組み成功のポイントは「スモールスタート」&「長続き」！

### これまでの環境アクションプランのアプローチ

- 省エネの取り組みを前面に押し出して推奨
- 「コスト削減」や「儲け」への期待値を解説
- 省エネ自体を目的化
- 設備更新の提案が中心

### しかし、現実には・・・

- 直近の経営課題としての優先順位が低い
- 投資を伴わない取り組みであっても実施率は低い
- 温暖化対策の取り組み内容や方法、メリットが分からない
- 取り組み実施にあたっては費用面の課題もある

ミスマッチ

### これからの中小企業・小規模事業者へのアプローチ策

## 経営課題の解決 with SDGs



- ◇ SDGs(エスディージーズ)とは、Sustainable Development Goals「持続可能な開発目標」の略称であり、全ての国連加盟国が達成を目指す 2030 年までの国際目標です。
- ◇ 環境問題・社会問題・経済問題の同時解決を目指す、17 のゴールと 169 のターゲットで構成されています。
- ◇ 自然からの恵によって、私たちの社会や経済が支えられており、土台となる環境が破壊されれば、社会は不安定になり、経済成長どころではなくなることが根底にある考え方です。
- ◇ 国連目標だからと言って、中小企業・小規模事業者も無関係ではありません。政府が定める「SDGs アクションプラン 2020」の 1 ページ目に「中小企業の SDGs 取組強化のための関係団体・地域、金融機関との連携を強化」を掲げています。

### 経営課題の解決 with SDGs

#### 環境アクションプラン

省エネ

省エネは  
目的ではなく  
結果

- ◇ 「経営課題の解決 with SDGs」とは、従来のような「省エネありき」で進めるのではなく、前向きな経営改善や生産性向上、働きやすい職場づくりなどへの取り組みを SDGs の視点で進めていくことで、結果として環境に良い効果が生まれ、その施策の一部として「省エネ」も達成していく新たなスキームです。
- ◇ 大和商工会議所では、従来の経営指導・支援に加えて SDGs の啓蒙や導入支援の取り組みを促していく方向で進めていきます。

## 1. 大和商工会議所環境アクションプランの「基本的考え方」と「取組の方向性」

- (1) 基本コンセプトを「経営課題の解決 with SDGs」とする。
- (2) 「経営課題の解決 with SDGs」とは、従来の環境アクションプランのように、「省エネありき」で進めるのではなく、前向きな経営改善や生産性向上、働きやすい職場づくりなどへの取り組みを SDGs の視点で進めていくことで、結果として環境に良い効果が生まれ、その施策の一部として「省エネ」も達成していく新たなスキームである。
- (3) 従来の環境アクションプランは、「環境」と名打ちながら、活動が「省エネ」の狭い範囲に留まっていたため、活動の視野を広げるために、環境問題を包括的に捉え、社会問題、経済問題との関係性を認識するために SDGs の視点を導入するものである。
- (4) 大和商工会議所では、従来の経営指導・支援に加えて SDGs の啓蒙や導入支援の取り組みを促していく方向で進める。
- (5) あくまで「自主的な取組の促進」を基本スタンスとして、「スモールスタート」&「長続き」をキーワードに、まずは自社で出来る取り組みから始めていき、コツコツと続けてもらえるよう働きかけることが重要。数値目標や報告義務を課すことは適切ではない。
- (6) 「経営課題の解決 with SDGs」の取組を通じて、経営者に加え従業員にも主体的な関与を促していくことで、「自社の存在意義と社会との関係性の再認識」によるモチベーション向上、「イノベーションの創発」や自社の「働き方改革」に繋がっていくことも期待でき、更なる企業の活力強化や生産性向上に資する取組と考えている。
- (7) なお、この「大和商工会議所環境アクションプラン」は、2017 年 12 月に日本商工会議所が策定した「商工会議所環境アクションプラン」をベースに、SDGs の新たな観点を加えた進化版として位置付ける。

## 2. 大和商工会議所環境アクションプラン制定に至る背景

### 2.1 従来の環境アクションプランの問題点

- (1) 省エネの取り組みを全面に押し出して推奨した結果、直近の経営課題としての優先順位が低くなってしまっていた。具体的には、経営者の関心事は、経営改善、業務効率化、生産性向上、IT 導入、人手不足対策、労働時間の削減、事業承継 等々であり、これらの経営課題と「省エネ」が直結しないために、優先順位が低くなってしまっていた。
- (2) 多くの中小企業・小規模事業者にとって、実際には省エネなどの温暖化対策の取組みに人員を割くことは難しく、ノウハウも乏しい状況にあった。
- (3) 「省エネ」に取り組む動機として、「コスト削減」や「儲け」への期待値を解説し、投資を伴わない取り組みであっても、上記(1)(2)の理由により、実施率は低いままであった。
- (4) 「省エネ」が目的化してしまったため、施策は設備更新が中心となり、費用面の課題があることと、経営課題の解決には何も効果が無いものとなっていた。

### 2.2 中小企業・小規模事業者における SDGs 導入の問題点

- (1) SDGs バッチやポスターが視覚的な訴求力があることと、新聞等やニュース等でも取り上げられることが増えてきたために、ブームに乗る感覚で、SDGs に取り組む中小企業・小規模事業者が増えている。しかし、現状



の取組みを 17 のゴールに当てはめ、「当社は SDGs に取り組んでいます」とホームページ等に掲載しているだけで、経営課題の解決には何も活かされていないケースが多いのが実態である。

- (2) 中小企業・小規模事業者では、SDGs を推進する専門組織を持つことが困難であることと、投資対効果を明確にすることが難しい SDGs を推進することはコストとしか捉えられないため、表面的な取組みになってしまう傾向がある。
- (3) 上記(1)(2)は、SDGs を知らないよりはましであるが、実態が伴っていないと、世間から「SDGs ウオッシュ(やっているふりの意味)」と非難される危険も含んでいる。
- (4) 経営者が SDGs に関心があったとしても、従業員への浸透ができていないために、組織的な活動になっていない場合が多い。

## 2. 3 問題点解決の考え方

従来の環境アクションプランの問題点と中小企業・小規模事業者における SDGs 導入の問題点に共通するのは、「省エネを目的」「SDGs を目的」としていることにある。あくまで目的は、経営をより良くすることであり、省エネも SDGs も「手段」とすべきである。

「省エネ」は従来の環境アクションプランの一部であり、環境アクションプランが目指すのは温暖化対策を含む環境問題の解決である。また、環境問題解決は SDGs 達成の要素であり、社会問題解決と経済問題解決とも密接な関係がある。そのため、SDGs への取組みを様々な経営課題を解決するための手段とすることで、結果的に中小企業・小規模事業者が環境問題・社会問題・経済問題の解決に貢献することを目指すものである。

## 3. 中小企業・小規模事業者が SDGs に取り組む意義

### 3. 1 これからの企業に必要なこととは？

企業はこれまで、消費者のため、地域社会のため、そして生活環境の維持のために求められる製品やサービスを提供してきた。しかし、昨今の少子高齢化による人材不足や消費者ニーズの多様化等により、売上拡大や事業承継において課題を抱える企業が増加している。

企業が将来に渡って継続し、より発展していくために必要となるのが、長期的な視点で社会のニーズを重視した経営と事業展開である。そこで、今、ビジネスの世界では、経営リスクを回避するとともに、新たなビジネスチャンスを獲得し、企業の持続可能性を追求するためのツールとして、SDGs の活用が注目を集めている。

### 3. 2 市場は SDGs の時代に

日本経済団体連合会や各業界団体、金融機関、さらに、個別の企業においても SDGs への取組みが広がってきている。特に、世界を相手に事業を展開する大企業では、バリューチェーン全体の見直しを始めており、関連するサプライヤーにも影響が広がると考えられる。

SDGs の普及とともに、市場のニーズ、そして取引先からのニーズとして、SDGs への対応が求められるようになってきている。更には、融資や投資の条件として、収益だけではなく、SDGs に取り組んでいるかどうかも見られる時代になってきている。

### 3. 3 SDGs によって広がる可能性

#### (1) 企業イメージの向上

SDGs への取組をアピールすることで、多くの人に「この会社は信用できる」、「この会社で働いてみたい」という印象を与え、より、多様性に富んだ人財確保にもつながるなど、企業にとってプラスの効果をもたらす。

#### (2) 社会課題への対応

SDGs には社会が抱えている様々な課題が網羅されており、今の社会が必要としていることが詰まっている。これらの課題への対応は、経営リスクの回避とともに、社会への貢献や地域での信頼獲得にもつながる。

#### (3) 生存戦略になる

取引先のニーズの変化や新興国の台頭など、企業の生存競争はますます激しくなっている。今後は、SDGs への対応がビジネスにおける取引条件になる可能性もあり、持続可能な経営を行う戦略として活用できる。

#### (4) 新たな事業機会の創出

取組みをきっかけに、地域との連携、新しい取引先や事業パートナーの獲得、新たな事業の創出など、今までになかったイノベーションやパートナーシップを生むことにつながる。

### 3. 4 SDGs を活用して持続可能な企業を目指す

SDGs が関係するのはグローバルな取組だけではない。企業が行う事業そのものはもちろん、普段から取り組んでいる節電や節水、社員の福利厚生など、企業が行う行動すべてが SDGs とつながっている。

SDGs のゴール・ターゲットを見ると、自社の取組みとのつながりに気づくものがある。そこから、自社の強みは何であるかを改めて見直したり、SDGs に示された課題を解決できる自社の潜在能力に気づくことができたりする。

持続可能な会社にするためには、今の社会のニーズだけではなく、将来のニーズも満たすような事業展開が必要である。SDGs を掲げた企業経営によって、持続可能な企業へと発展していくことが必要である。

### 4. 「経営課題の解決 with SDGs」の取り組み方法

「経営課題の解決 with SDGs」は、次のステップで推進する。

#### (1) ステップ1: SDGs を知る

まずは、SDGs を知らないとい何に進まないため、知ることから始める。経営者だけではなく、従業員にも啓蒙することが重要である。主な方法には下記がある。

- ・セミナー聴講(主に経営者向け)
- ・社内勉強会(主に従業員向け)
- ・SDGs カードゲーム(SDGs の世界観を体感できるため、従業員研修として効果的)

#### (2) ステップ2: SDGs を経営に実装する

##### ①課題発見型アプローチ

SDGs チェックシート等のツールを使い、自社の現状と SDGs との関係を整理する。これにより、更に強化すべき点や経営上のリスクとなる点などを抽出し、改善のための実行計画を作成して取り組む。なお、17 のゴール全てに対応しなければならないというわけではない。

##### ②課題解決型アプローチ

SDGs を未来志向ツールと捉え、経営の未来を考える場面で活用する。具体的には、下記の場面で有効である。

- ・創業計画
- ・経営革新計画
- ・事業承継計画

これらの計画では、現状整理とあるべき姿・なりたい姿を描き、未来に向けた具体的アクションを決めることが必要となる。しかし、これらはただ考えても出てくるものではないため、ツールとして内閣府知的財産戦略本部が推奨する「経営デザインシート」を使うことが効果的である。

しかし、現状整理はできたとしても、「あるべき姿・なりたい姿」をどのように考えるかは最も大切であると同時に、最も難しい考察となるため、それを考える材料として、SDGs のゴールとターゲットを社会課題と考え、自社がどの課題解決に取り組むのかを考える。つまり、社会「課題」の解決に新事業、新製品・サービスのタネがあると考え。これにより、自社が社会に必要とされ、持続可能な企業となる道標を作ることができる。

このプロセスにより、「省エネ」が直接関係する SDGs ゴール 7(エネルギーをみんなに、そしてクリーンに) やゴール 12(つくる責任、つかう責任) に意識が向き、このゴール達成に貢献することの直接的効果として、ゴール 6(安全な水とトイレを世界中に)、ゴール 13(気候変動に具体的な対策を)、ゴール 14(海の豊かさを守ろう)、ゴール 15(陸の豊かさを守ろう) の達成への貢献につながる。

一見、遠回りであるが、このアプローチが SDGs を経営に活かし、「環境アクションプラン」も実現する確実な道筋である。

### (3) ステップ3: 活動を評価し、外部に情報発信する

「経営課題の解決 with SDGs」を実行したら、その活動結果を評価し、外部への情報発信を行う。我が国の美学として、人に知られないように密かに善行を施す「陰徳善事」があるが、これからは積極的に情報発信していくことが必要となる。

## 5. 大和商工会議所の「経営課題の解決 with SDGs」の支援施策

### 1. 経営改善・生産性向上等の経営課題の解決を切り口にアプローチ

- (1) SDGsを知るをサポート
  - (a) 経営者向けセミナーの開催
  - (b) 従業員向け社内勉強会等に講師を派遣
  - (c) SDGsを楽しく学ぶSDGsカードゲームの実施
- (2) 経営課題の把握・見える化  
⇒大和商工会議所との密なコミュニケーションを通じて、課題・ニーズを整理
- (3) 「経営課題の解決 with SDGs」の取り組みを提案

経営者による  
“気づき”“共感”

### 2. 行政や外部専門機関の支援制度を積極活用

- (1) 「企業経営の未病 CHECK シート」「SDGs チェックシート」等を通じて、現状および取組の方向性を把握  
⇒第三者(外部専門家)による「課題発見型アプローチ」で新たな課題を発見・深掘り
- (2) 補助金や助成金を積極活用

PDCA

### 3. 「経営課題の解決 with SDGs」の取り組みを実施

- (1) 「課題解決型アプローチ」でSDGs視点を加味した取組内容・手順を決定
- (2) 取り組み計画を社内全体で共有
- (3) 計画の実行⇒「スモールスタート」&「長続き」でまずは出来ることから始める
- (4) 実施状況を確認し、次の計画に反映する

経営指導員や  
専門家が  
二人三脚で  
継続支援

結果

経営課題の解決



## 6. SDGs を経営に取り込み、成功している企業事例

企業名:株式会社 大川印刷

所在地:神奈川県横浜市戸塚区

設立年:1881 年

資本金:2,000 万円

従業員:41 人



第2回 ジャパン SDGs アワード特別賞受賞

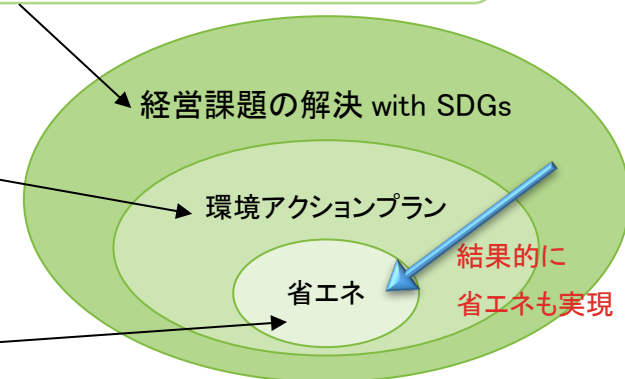
### 【経緯・背景】

インターネット印刷等の新たなビジネスモデルの台頭により、印刷業界は価格競争が激化、社会貢献・社会課題解決を通じて、企業の稼ぐ力の向上に結びつけなければならないとの問題意識を持っていた。SDGs は国内外の社会課題が整理されており、中小企業でも本業を通じて SDGs に取り組むことで、ビジネス機会の獲得につながると考えた。

### 【具体的な取組み】

「環境印刷」を定義し、以下の取組みを行っている。

- SDGs のゴールに合わせて自社の取組みを棚卸したうえで、経営計画に SDGs を反映
- 従業員から関心のある SDGs のターゲットと関連する新規プロジェクトを募集してプロジェクトチームを立ち上げ
- ボトムアップ型で目標達成に向けた活動を推進し、全社員向けの人財育成にも SDGs を活用
- ゼロカーボンプリント:年間排出 CO<sub>2</sub> を全量カーボン・オフセット
- 再生可能エネルギー:工場屋根で太陽光発電
- エコ用紙:森林認証紙を使用
- ノン VOC インキ:石油系溶剤ゼロインキを使用
- エコ配送:電気自動車を使用、プラスチックコンテナによる納品(回収し再利用)
- 省エネ:LED-UV 印刷機の導入



省エネを目的としていたら、設備導入で終わっていた

### 【成果・効果】

- ゼロカーボンプリントは、大川印刷の印刷物を使う企業の CO<sub>2</sub> 排出削減にも貢献するため、付加価値の高い印刷物として、顧客に選ばれる印刷会社となり、持続可能な調達に関心の高い大手企業・外資系企業・団体・大使館等の新規顧客を獲得。SDGs への取り組みが、業績向上に寄与。
- SDGs を旗印とした内部組織力強化(職場環境改善、社員のモチベーションアップ)と外部ステークホルダーとの連携強化を実現。



## 貢献する目標 (SDGs)



## &lt;取組概要&gt;

- **SDGs経営戦略を策定**し、経営計画そのものに自社の本業で実現可能なSDGsを実装。「**ゼロカーボンプリント**」に加えて2020年までに**ごみゼロ工場を達成する活動**を推進。
- パートを含む**全従業員を対象に社内ワークショップを実施**、各自の問題意識を全体共有した上で**SDGsとの関連付けを行い、課題を解決するプロジェクトチームを従業員主体で立ち上げSDGsを推進**。
- その他、障害者支援活動、RE100へ向けた取組、子ども向けのSDGs工場見学ツアー実施、SNSやHPを使った積極的なSDGsの取組の発信等。

## &lt;選出のポイント&gt;

- 地域の中小企業が、全社員へのSDGs教育を実施し、ボトムアップ型でSDGs経営戦略を策定。

## SDGs実施指針における実施原則(アワード評価基準)

|          |                                                          |
|----------|----------------------------------------------------------|
| 普遍性      | 中小企業が「SDGs経営戦略」を策定し、経営に具体的な形で実装。国内外でのロールモデルとなりうる。        |
| 包摂性      | 性別・役職・正社員・パート等による区別のない「SDGs経営計画」プロジェクトチームへの参加を確保。        |
| 参画型      | RE100への取組における行政、民間企業、市民との連携。障がい者施設との連携、子ども向けの工場見学等実施。    |
| 統合性      | 環境印刷及び地域との連携活動の中で、環境・経済・社会の統合的発展が図られている。                 |
| 透明性と説明責任 | 各取組をCSR・SDGs報告会で発表。定期的な活動レポートの発行やSNSやHPを通じた積極的な発信を行っている。 |

## 【神奈川県】株式会社大川印刷 ～SDGsを活用した地域中小企業による新たな需要開拓～

## 企業概要

URL : <https://www.okawa-inc.co.jp/tag/sdgs/>

- 明治14年(1881年)創業の横浜の老舗印刷メーカー。印刷を通じて社会貢献を目指す「ソーシャルプリンティングカンパニー」として本業を通じたSDGs達成に取り組む。
- FSC森林認証紙やノンVOCインキ(石油系溶剤0%)の使用、針金を使わない製本等、環境負荷低減に特化した「環境印刷」に取り組んでいる(平成27年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰、第2回ジャパンSDGsアワード「SDGsパートナーシップ賞」(平成30年12月)を受賞)。

| 企業情報  |                    |
|-------|--------------------|
| 企業名   | 株式会社 大川印刷          |
| 代表者   | 代表取締役社長 大川 哲郎      |
| 設立年   | 1881年              |
| 従業員   | 41人                |
| 資本金   | 2,000万円            |
| 業種    | 印刷・同関連業            |
| 本社所在地 | 神奈川県横浜市戸塚区上矢部町2053 |
| 事業概要  | 企画・デザイン 制作・印刷      |
| 電話番号  | 045-812-1131       |

(株)大川印刷  
大川代表取締役社長

## SDGs達成を通じた取組



## 【経緯・背景等】

- インターネット印刷等の新たなビジネスモデルの台頭により、印刷業界は価格競争が激化。継続してCSR・CSV活動に取り組んでいたが、社会貢献・社会課題解決を通じて、企業の稼ぐ力の向上に結びつけるステージに移行していかなければならないという問題意識を持っていた。国連が2015年に採択したSDGsは国内外の社会課題が整理されており、中小企業でも本業を通じてSDGsに取り組むことで、ビジネス機会の獲得に繋がると考えた。

## 【具体的な取組、製品・サービス】

- SDGsのゴールに合わせて自社の取組を棚卸し(マッピング)したうえで、経営計画にSDGsの要素を反映。更に、従業員から関心のあるSDGsのターゲットと関連する新規プロジェクトを募集してプロジェクトチームを立ち上げるなど、ボトムアップ型で目標達成に向けた活動を推進し、全社員向けの「人財」育成にもSDGsを活用。
- 社会貢献型の印刷サービスとして、印刷用インキはノンVOCインキ(石油系溶剤0%)、印刷紙は違法伐採による紙でないことを証明するFSC森林認証紙を使用することで、環境や人の身体にも優しい「環境印刷」を行い、高付加価値・適正価格でサービスを提供。
- 「SDGsを忘れないメモ帳」(SDGsの17のゴールを整理したメモパッド)、「セパレートエコカレンダー」(白内障・色弱者の方にも読みやすい卓上カレンダー)等のSDGsを意識した新製品開発も実施。市民団体と連携し、日本に在留している外国人ニーズに応えるための日本初の4か国語版お菓子帳を開発し、大使館等から注目され、販売に結びついている(BtoC販売も新たに実施)。

## 【取り組んだ成果・効果】

- 持続可能な調達に関心の高い大手企業、外資系企業、団体、大使館等との新規取引増加、売上増加。
- SDGsを旗印とした内部組織力強化(職場環境改善、社員のモチベーションアップ)と外部ステークホルダーとの連携強化を実現。

## 【貴社にとってのSDGsと、その展望】

- 新型コロナウイルスはSDGsの本質的意義を問い直すものと捉え、自社にとってSDGsをビジネスとして取り組む「取り組み方」そのものの見直しを実施、より貢献を広め、深めていく。環境印刷の効果(CO2削減量など)の見える化、印刷業界初の「ゼロカーボンプリント」の更なる推進を通じて顧客におけるスコップ3の削減(温室効果ガスの間接排出量の削減)をビジネスモデルとして確立させ、2030年までに自社のスコップ3を含めたCO2のゼロ化を図っていく。

SDGsを忘れないメモ帳  
(大川印刷の製品)

LED UV印刷機

毎週オープンファクトリーも  
開催している